

# 戦前の自由取引時代の研究から見る米市場の今 —東畑精一が展望したもの—

田 家 邦 明

## 目 次

1. はじめに
2. 戦前の米生産と流通過程
3. 東畑論文と独占的競争
4. 自由取引時代の終焉以降現在に至る簡単な経過
5. 東畑精一が展望したものと米市場の今の姿
6. しめくくり

## 1. はじめに

この小文の目的は、戦前の米の自由取引時代に、東畑精一が、当時の最新の経済学の理論（自由競争と制限）に拠って販売組合系統の統制（共同販売）やそれが価格支配力を持つ可能性を分析しているが、その視点から、戦前と同様に販売流通に政府の関与がなくなった今の米市場の構造と農協系統の「統制（共同販売）」の役割を考えることである。

1933年（昭和8年）に、日本学術振興会において、「現今我邦の重要国策の一たる米穀政策に関し、その理論的並びに実際的研究を試みる為に」小委員会を設置し、研究が実施された。その研究成果が、日本学術振興会前第六小委員会報告（1939）『米穀経済の研究』（1）、（2）（有斐閣）として刊行されている。この小文で取り上げる、東畑精一・大川一司（1938）『米穀の自治的販売統制』（以下「東畑論文」という）（岩波書店）は上記（1）に収録されているが、その前年に単独で発刊されている。

東畑論文は、1936年（昭和11年）の帝国議会第69議会で協賛を得て施行された「米穀自治管理法案」を巡って、商人サイドから「生産者による米の協同販売」

を一層助長し米穀商人の活動に脅威を与えるものとして強力に展開された「反産運動」の背景にある、米穀経済を取り巻く変化の動きの意義を明らかにすることを目的にして書かれた。

供給者の自由競争の下で形成された、商人による商業過程の不合理性を販売組合系統の統制によって改善し、それが価格支配力を持つ姿を展望し、その可能性について論じている。別添2に要点（以下「要点」という）にまとめているが、米の生産流通に関する統計資料を駆使しながら、現状と課題を分析している。

最初の項目が「供給者の自由競争」から始められているように、農業に関して当時の経済学の自由競争に関する理論について論じた東畑（1933）が下敷きとなっており、最先端の経済学の視点から書かれていることに特色がある。何よりも、1933年に刊行されたChamberlin(1933)による独占的競争のコンセプトを米市場に適用していることは特筆に値する。

この先行研究は、米穀、繭、蔬菜等の農産物を対象に、自由競争と制限に関する理論の研究面の課題や関連するわが国における問題を分析したものである。米に関して自由競争を制限する（供給者の数を減少させる）ことの難しさについて、生産者による供給（市場出荷）は自由競争の性質を著しく呈し、独立意志を持つ出荷者が甚だしく多く、各々価格に対して指令力を持たず、異質な販売者（地主・自作・自小作・小作）が存在していることによって、自由競争が強められていることを指摘している。

特に、次のような点について、東畑（1933）で論じられた自由競争の理論を使って記述されている。第1点は、生産者の自由競争に関する定義を使って農民の供給状況を記述している。第2点は、販売組合の統制を、自由競争の制限（競争主体の数を減少させる）としてその経済学的性質を捉えている。第3点は、東畑(1933)は「自由競争学説の第3段階の積極的内容の説明」（第1段階は自由競争によってもたらされるものの性質—例えば、価格に指令力を有しない—の分析、第2段階は、自由競争と独占を両極端の形態としてそれぞれを分析、第3段階は自由競争と独占の中間的な存在と考えられたものを自由競争、独占と異なる、新たな独立した競争類型として認識する）を次の課題と指摘しており、これはChamberlin(1933)の独占的競争を念頭において言及したと推測される

が、第3節で述べるように、米の市場について独占的競争が見出されるとして  
いることである。

銘柄米を掲げた産地間競争について、独占的競争を「髣髴」させるとして、  
自由競争から独占的競争に進展する可能性を指摘した。具体像は明示されてい  
ないが、銘柄米産地が一つの供給主体を形成し、他の銘柄産地と競争しながら、  
自己の銘柄については独占として右下がりの需要曲線に直面し、その銘柄につ  
いて市場支配力を持つ可能性が開けることを期待したと思われる。

当時の米に関する著作（例えば、八木芳之助(1932)『米価及米価統制問題』、  
澤村康(1937)『米価政策論』、荷見安(1937)『米穀政策論』、太田嘉作(1938)  
『明治・大正・昭和 米価政策史』）が多く書かれているが、これらは、米騒動、  
農村恐慌、戦時体制への対応が迫られる中で、米穀法及び米穀統制法に関する  
価格制度を巡る課題とその背景にあるマクロの需給・価格事情に焦点をおいて  
書かれている（この間の米の需給、価格の状況は別添を参照）。東畑論文のよ  
うに、米の市場における農民と商人の関係をとり上げ、かつ、経済学のツール（自  
由競争等）を使って、生産流通について分析したものは希少である。なお、八  
木芳之助(1936)が自主的な販売統制の目的とその理論的根拠を分析している。

戦後になって、持田恵三(1970)『米穀市場の展開過程』（第3編第2章「農  
民と米穀市場」）が、市場をめぐっての農民と商人の関係に対する概ね同様の  
認識の下に、更に充実した統計資料を使い、東畑論文と同時期の米を巡る農民  
及び共同販売の状況をより明らかにしている。市場において農民が不利な地位  
に置かれていた説明として、「産地の仲買は問屋と農民との間にあって、農民  
の販売者としての立場の弱さを利用して、農民に対し独占的購買者としての位  
置を保持していた」と、仲買を「独占的購買者」として認識をしている。東畑  
論文でも、「商人の従来の地方的、狭地域的、独占的地位」と記述をしているが、  
持田(1970)の捉え方は、同書で、参考文献として引用されている、渡邊信一  
(1927)の「仲買は村で一種の独占的地位を保持し其の利益を獲得した」とい  
う記述を参照したものである。

自由競争によってもたらされた農民が置かれた不利な状況は、小作農に典型  
的に現れていた。例えば、供給の逼迫性は、小作料を納付した後肥料の購入資  
金がないため出来秋に受け渡すことを条件に青田の状態で不利な条件で売買契

約を結ぶ、いわゆる「青田売買」はそのような状態が反映されたものである。また、「小作料物納」の慣行も、小作農家に販売組合の浸透を妨げているとして、その金納化の問題も販売組合システムのシェアを高めることとの関連で議論されていた。このように、生産者による供給は、地主、自作農、自小作、小作という異質な要素を包含しており、自由競争の制限（共同販売による供給者の減少）の難しさは、小作制度も影響していた。

販売組合システムの米の取扱いは増加しているものの、昭和8年産でなお農家販売高の17～8%に止まり、市場に対する影響は限られていた状況であった。販売組合システムの統制は、商人による活動に対する「牽制力」となっているが、それがもたらし得る効果には、「自治的・自由的」な手段による限り限度があり、これに国家的・行政的な役割が結びつけ、自治的色彩を薄くする中で、統制を強化していくことがただ一つの路であるとしている。市場のメカニズムだけで統制によって市場支配力を実現することには限界があるという認識を示していた。

1939年（昭和14年）に、朝鮮と西日本の早魃によって、米の需給が逼迫し、一気に国の管理に向けてカジが切られた。1940年からの暫定的な措置を経て、1942年に食糧管理法に移行し、集荷は販売組合システムに一元化された。これは、政府へ中継する役割に過ぎず、価格、供給量を決定する経済主体としてでない。生産者による「自治販売統制」が主体となった流通過程への改変は、戦後しかも半世紀後に持ち越されることになった。

戦前のような、実質的に誰でも市場に参入して自由取引が可能になったのは、1994年に食糧管理法に代えて制定された食糧法が改正され、それが施行された2004年である。その間に、わが国経済社会における米の地位は、大きく変化し、米が国全体だけでなく各地域の経済に与える影響は、格段に小さくなっている。しかし、主食としての地位は維持されており、ミニマム米を除き禁止的関税による国境措置により実質的に輸入は行なわれておらず、主食用需要については国内供給によって賄う運用がなされている。すなわち、主食用米の市場において、世界の市場と切り離されて価格が形成されている。出荷販売量の約50%以上が、農協系統を通じて出荷販売されている。

東畑論文が展望した供給者が市場支配力を持つ独占的競争のような市場構造

が実現しているか、これがこの小文の関心である。主に2点について論じる。第1点は、東畑論文で、Chamberlin(1933)の独占的競争のコンセプトを援用して市場構造を展望しているが、これは如何なる性質を持つモデルであり、当時の市場への米の供給体制の下で、独占的競争に該当するような市場が実現する可能性があったかどうか。第2点は、2004年以降、戦前の自由取引時代と同様に流通に関し実質的に規制がなくなり、価格も市場で形成される下で、東畑精一が販売組合による統制に期待したように、生産者が主役となる市場構造が実現しているのか、また、独占的競争の市場であるかどうかである。結論として、銘柄米すべてを農協系統が独占することが前提となる独占的競争には該当しないが、支配企業モデルによって説明が可能な、経済連が価格主導権 (price leadership) を持って行動する市場が実現していることを示す。

この小文の構成は、次のとおりである。第2節で、当時の集荷流通過程に関する統計資料を紹介するとともに、生産農民が置かれた不利な状況を青田売買を例として説明する。第3節で、東畑論文が展望した独占的競争を定性的に示す。第4節で、自由取引時代が食糧管理法によって決定的に終焉し、55年隔てて自由取引が復活するまでの経過を簡単に述べる。第5節で、銘柄の供給を農協系統が独占していないので、独占的競争の市場構造は実現していないが、支配企業モデルによって現状のシェアを基に少なくとも価格主導権を持って行動していることが推測されることを示す。第6節で、締めくくりとして、多数の零細な生産単位で米が供給している構造は変わりなく、卸売業の大型化が進んでおり、加えて過剰基調の下では、川上の価格主導権が失われて行くおそれがあるので、シェアを維持する努力が必要であることを指摘する。

## 2. 戦前の米生産と流通過程

戦前の自由取引時代の米の流通過程が、図1に示されている。販売組合系統が本格的に参入する前は、上の部分のみであった。東畑論文は、出発点として、販売組合系統の参入以前の状態から分析を始めている。

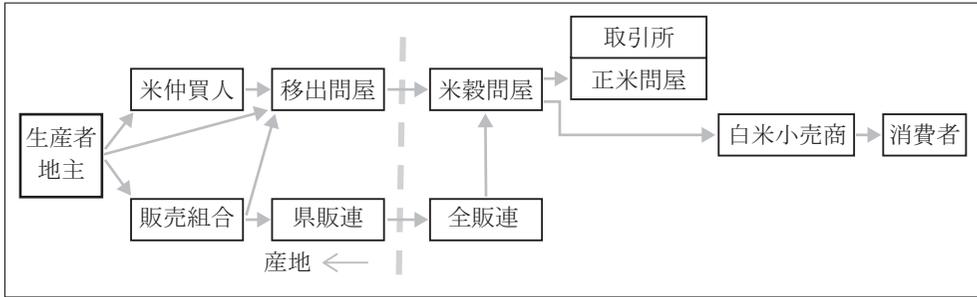


図1 米流通の経路

高橋政行（1966）（「自由経済下における米麦の流通」農政調査委員会『主要農産物の流通構造』）は、戦前の「自由経済下」の米生産者の出荷について、分かり易く説明しているので、該当部分を全文引用する。

—「米穀の生産者は収穫した米を調整し、俵装して一部を小作米として地主に納め、一部を自家保有として保管し、残余を米穀商に販売した。その販売方法は、生産者が直接に仲買人に売却する場合、農業倉庫に寄託する場合などがあるが、多くの零細農家は、米価の高低いかんによって自由に販売することは不可能であったため、米穀商人に米穀販売の主導権を握られていた。それは、「米肥交換」あるいは「青田売買」という販売形式にその典型をみることができる。「米肥交換」というのは、春の肥料需要期に、代金の支払いは米穀販売代金をもって決済する約束の下に肥料を買い入れ、収穫期には生産した米のほとんどを肥料商を兼ねる米穀商へ売却するものである。肥料代金の金利は、普通1割から2～3割程度に及び、まれには無利息のものがあるが、このような場合には肥料代自体が相当割高であり、金利を負担するのと変わりがなかった。こうして、肥料米穀商は高利貸金融を営むと同時に掛貸金の確保と米買付けの便宜を獲得しえたのである。こうしたことは、肥料米商にかぎらず、農具の売却代金の掛貸、その他家計の必要のための金融を兼営する米穀商についても同じである。

次に、「青田売買」は生産者が、経済的に窮迫したため米の収穫前に収穫米を販売することであって、青田売買が広範になったのは、特に昭和5年の農業恐慌以後といわれる。当時の新潟県での調査によれば、青田売買の動機は、家計費調達のためが60%以上を占め、これを買手別にみると、米穀商と肥料商とで80%以上を占めており、零細農家が米穀商と密接に結びついていたのを知

ることができる。

米仲買人は、農家の庭先やあるいは路傍に出向いて米を購入するものであって、1口10俵内外の小口買付けをして、これを1口55俵ぐらにとりまとめ米穀移出問屋へ渡すのである。」

東畑論文で引用されている統計資料と「商品生産と大いに趣きを居にしている」とされている米の供給の性格付け（自給性、逼迫性、季節性）を紹介する。

表1 地方別1米作農家当たり米作経営規模（昭和8年）

		1農家当たり米作経営規模（反）	同収穫高（石）
管外移出が 多き10県	宮城	10.3	23.6
	秋田	11.9	25.0
	山形	10.3	25.2
	栃木	9.0	16.6
	千葉	7.2	13.2
	新潟	9.4	22.5
	富山	10.7	25.7
	滋賀	7.8	20.4
	佐賀	8.9	24.7
	熊本	6.8	16.3
	総平均	9.3	18.0
その他の平均		5.6	11.3
全国総平均		6.8	15.1

出典：東畑論文

（注）「その他の府県」には北海道を含まない

当時内地の米作農家は、1933年（昭和8年）において約470万戸、1戸当たり作付面積6.8反、収穫高は15.1石と零細多数であった。また販売農家は、290万戸であり、1戸当たり販売高は、10石である。

表2の「米作を為さざる耕地所有者」は、地主であり、一般に「地主」は供給量が多い供給者である。

表2 米作者・非米作耕地所有者別米穀販売状況

米穀販売者の範疇	米穀販売戸数	販売高（石）	1戸当平均（石）
米作者	2,900,844	28,835,076	10
米作を為さざる耕地所有者	202,427	5,321,963	26
合計	3,103,271	34,157,039	36

出典：東畑論文

販売量別戸数は、表3に示されている。総販売戸数の67%は、30俵未満の供給主体であり、100俵を超えるものは、わずかに10万戸（3.7%）にすぎない。このような零細な出荷単位では、商人の手を借りて大都市市場に供給せざるを得ない。商人による商業機構が発展した理由である。

表3 米作者の販売俵数別販売戸数

販売俵数	販売総戸数	割合 (%)
10 俵未満	1,022,719	35.3
10 俵 - 29 俵	926,140	31.9
30 俵 - 49 俵	540,000	18.6
50 俵 - 99 俵	304,997	10.5
100 俵以上	106,988	3.7
計	2,900,844	100

出典：東畑論文

生産者は生産量の45%しか販売しない。これをもって、米の供給は自給性があるとされた。

表4 小作米、非小作米米穀販売割合

種類	販売量 (石)	取得量に対する販売量の割合 (%)
小作米	12342145	84.5
小作米以外	20862140	45.6
計	33204285	55.1

出典：東畑論文

(注) 大正14年から昭和4年までの中庸作柄の数字

自己の生産物を販売することを強いられるようになると、単にその余剰部分を販売するという形態から進んでなおその必要部分、自家労力の再生産に必要な飯米まで販売せざるを得ないことを、窮迫的販売であるとされる。そして、表5によって、現物小作料としてその生産物の半分を地主に納める小作貧農に甚だしいとしている。生産額がほぼ同じ自作農、自作・小作農、小作農について、小作料納付後の残余额の格差を見ると、小作農にとって飯米を除いた販売可能な米は極めて限られたことが推測される。

表5 各作別産処分状況（昭和6・7・8年度平均）

	各作別	生産額	販売額	小作料	残余额
実数（石）	自作農	24.58	14.66	0.85	9.07
	自作・小作農	22.86	9.56	6.53	6.77
	小作農	24.25	8.14	11.94	4.17
割合（％）	自作農	100	59.6	3.5	36.9
	自作・小作農	100	41.8	28.6	29.6
	小作農	100	33.6	49.2	17.2

出典：東畑論文

表6は、供給の季節性を表わす。小作米（地主が供給者）が1年を通じて平均的に販売されるが、窮迫の販売を強いられる生産者は、米が潤沢に出回るため価格が下がる出来秋に集中して販売することを反映している。経済的には合理的な行動でない。

表6 米穀の月別供給高の変動

米穀年度	1カ年の販売高に対する割合（％）		
	小作米	小作米以外	計
3ヶ月類型			
11月-1月	30.10	52.45	44.141
2月-4月	24.626	19.018	21.103
5月-7月	23.035	12.492	16.411
8月-10月	22.242	16.04	18.345
合計（割合％）	100	100	100
（実数石）	12,342,145	20,862,140	33,204,285

出典：東畑論文

戦後、諫山忠幸（1961）、高橋（1966）、持田（1970）、櫻井誠（1989）も、東畑論文において使用されている統計資料とほぼ同じような資料を使って、戦前の流通過程を分析している。これらにおいて指摘された流通過程の要点を示す。

1937年度における商品化率は、55％（3696万石）であったが、表7のとおり、生産者・地主が商人等に個人売りしたものは74％、産業組合等を通じ共同販売したものは26％であった。個人売りの米は産地の仲買人によって買い集められる。仲買人は農家を回り、小口で集めたものをとりまとめ、産地の移出問屋に売り渡す。移出問屋は、消費地の米穀問屋に販売し、そこから玄米で小売商に渡り、小売商が白米にして消費者に売り渡す。共同販売される米は、市町村の販売組合、県販連、全販連を通じて問屋に売り渡される。

表7 販売区分別販売数量（単位：万石）

		昭和12年度	13	14	15	16
生産者	個人販売	1,896	1,796	1,776	1,435	30
	共同販売	701	763	853	1,467	2,643
	計	2,597	2,557	2,629	2,901	2,673
地主	個人販売	846	766	741	574	9
	共同販売	254	252	271	398	784
	計	1,100	1,018	1,012	972	794
合計	個人販売	2,741	2,560	2,517	2,009	39
	共同販売	955	1,015	1,124	1,865	3,427
	計	3,696	3,575	3,641	3,874	3,467
合計の割合 (%)	個人販売	74.2	71.6	69.1	51.9	1.1
	共同販売	25.8	28.4	30.9	48.1	98.9
	計	100	100	100	100	100

出典：櫻井（1969）

販売組合系統を通じて扱われる量は、1934年（昭和10年）で出荷総量の17.5%と限定されたものであった。

表8 販売組合による米販売高

(昭和)	調査組合数	事業実施数	販売額(千円)	組合取扱量(千石)	市場出荷総量	組合参加度(%)
1年度	7,541	3,149	48,171	1,308	33,553	3.9
4	8,167	3,774	60,553	2,172	33,890	6.0
5	7,777	4,040	59,001	2,816	33,471	8.4
6	8,854	4,510	66,008	3,232	37,584	8.6
7	8,477	4,955	67,441	3,173	31,031	10.2
8	9,529	5,717	94,312	4,201	33,939	12.3
10	11,057	不明	155,394	5,102	29,134	17.5

出典：東畑論文

(注) 1 市場出荷数量は推算で米生産量の56.2%が出荷したと仮定

2 組合参加度は市場出荷総量に対する組合取扱量の割合

「自己の生産物は自らの手で」販売するという運動が、農業恐慌を契機として産業組合拡充5カ年計画の一翼として、農村経済更生運動の重要な1部門を構成し、展開が図られた。販売組合がその主たる役割を担い、その数が急速に拡大した（表9）。

表9 販売組合数の増加の状況

	販売組合数（兼業を含む）	各5年間の増加組合数
明治33年末	5	
38	344	239
43	2,904	2,560
大正4年末	5,110	2,206
9	7,032	1,922
14	8,226	1,194
昭和5年末	8,366	140
7	9,306	
8	10,354	3,559
9	11,120	
10	11,905	
11	12,846	
12	12,536	

出典：「主要農産物の流通構造」農政調査委員会

1931年（昭和6年）に、販売組合系統の中央機関として、全国米穀販売購買組合連合会（全販連）が設立された。しかし、表10のように、全国管外移出量のうち全販連を経る米は、多い年で3割に過ぎない。また、全国の主要都市へ出回る米のうち生産者団体の手を経るものは大都市にあっては、比較的高率で2割3分であるが総平均ではわずかに1割8分であり、東畑論文はこれを捉え現在の状態はむしろ逆に商人機構の優位さを物語っているとしている（表11）。

表10「全販連」米取扱数量

事業年度	販売実行数量（俵）	管外移出米に対する比（%）
第1年度（昭6）	95,584	0
第2年度（昭7）	3,218,367	9
第3年度（昭8）	4,394,932	13
第4年度（昭9）	12,516,819	30
第5年度（昭10）	5,674,031	19

出典：東畑論文

表11 全国都市米穀出荷者別出回状況（昭和7年）（千石：%）

都市別	第1類	第2類	第3類	第4類	合計
生産者団体	2,794(23)	900(13)	494(16)	366(12)	4,554(18)
生産者個人	99(0)	466(7)	691(22)	1,505(46)	2,761(11)
同業組合	1(0)	60(0)	1(0)	17(0)	77(0)
産地商人	6,725(53)	4,359(64)	1,229(39)	973(29)	13,286(51)
他都市市場関係者	3,069(24)	1,075(16)	766(23)	420(13)	5,326(20)
計	12,685(100)	6,860(100)	3,180(100)	3,281(100)	26,006(100)

出典：東畑論文

（注）第1類人口60万以上、第2類30万-8万、第3類8万-5万、第4類5万以下の都市

東畑論文は、米の供給は、資本主義的な純粋な商品生産との相違があることを、自給性、窮迫性、季節性の点から説明した。特に、青田売買は生産物の半ばを地主に納める小作貧農において甚だしいと述べている。

表12 自作小作別青田賣の状況

自作小作別	戸数	件数	俵数	価額（円）	契約時受領代金	調査区内戸数比（%）
自作農	330	388	6,021	57,124	20494	9.20
自小作農	921	1,039	12,449	113,727	55872	9.67
小作農	1,570	1,725	21,963	195,544	92391	16.60
計	2,821	3,152	40,423	366,405	168757	12.50

出典：農林省経済更正部『新潟県に於ける青田売買に関する調査

(注) 報告があったものは2821戸であるが未報告者は相当数に上ると推測している。

農林省が、1935年（昭和10年）に、新潟県の青田売買に関して調査を実施している（農林省経済更正部1935参照）。その資料の解題者は、青田売買が、新潟県に多く見られることは、同県が「地主王国」と言われていることと無関係でないと考えられるとしている。表12を見ても、自作より、自小作、さらに小作が多い。青田売買が、窮迫的な販売を余儀なくされるような地位に小作農が置かれている結果とすれば、このような取引を市場における販売組合の統制のみで解消するには限界があり、戦後の農地改革まで待つ必要があった。

小作制度との関連については、東畑論文において、小作料金納化問題として取り上げられている。小作料の物納制のため小作農が販売組合に関与し得る経済的基礎が薄弱であり、これが米穀の自治的商業機構の発展に限度を画するとして、金納制に移行する必要があることを強調した。また、別途、東畑（1936）で、物納小作料があるため、米を農民自ら売却すると言い難く、「米はわが小農民を商品経済の領域から絶縁せしめんとする要素とさえなっている。米作小農民は此の限りで甚だしく近代経済生活の本髄から遠ざかっている。資本主義経済以前の状態に彷徨するが如き諸般の社会的、経済的慣行的が今なお根強く残るのは、ひとへに斯様な米作の経済的性格に基くとさえ云うことが出来るであろう」と小作料物納制問題が軛となっていたことを指摘している。

戦後、1964年に内閣総理大臣官房（臨時農地等被買収者問題調査室）において、農地改革が農業生産力に与えた効果の測定が行なわれている。観察された

労働生産力の上昇に関して、「現物小作料」（物納小作料）の下での生産と流通は「商品生産」の上に成立しておらず、従って、米は自給分が圧倒的であるため、商品化される部分は、「商品生産」の基礎を欠いていたと述べ、農地改革によって、この桎梏が取り去られ、「商品生産の法則—価値に対する追求と競争が生産の支配原理となる契機をえた」ことに要因を求めている。

青田売買のような農民にとって不利な取引は、渡邊（1927）は仲買人が独占的な地位を持つことによるとしている。持田（1970）が引用しているが、渡邊（1927）は、農民は不利に扱う仲買人との取引を拒み、問屋に直接持ち込んでも、之を持ち帰らないことを知っている問屋は仲買と等しい価格でしか購入しないため、これを背景に、仲買人は一種の独占の地位を得たと農民が置かれた状態を説明した。

需要者が独占として価格支配力を持つ状態は、ミクロ経済学では、供給者の独占（monopoly）に対して需要者独占（monopsony）と呼ばれている（例えば、Carlton and Perloff 2005参照）。東畑論文は、現段階における販売組合の最も主要な効果は、農民が受けとる価格の上昇を必ずもたらすと期待することは正当でなく、「商人の従来の地方的、狭地域的、独占的地位を侵し、之に対して牽制的作用をなす」ことであり、商人の非合理的な買叩き、買倒しに対して牽制力を及ぼすことであると述べている。販売組合がすべての生産者から販売委託を受け、供給の独占として対峙するに至っていなくても、仲買人が、他に競争相手が存在しない状況で一方向的に価格を押しつけ、生産者はそれに応じざるを得なかった時に比べ、販売組合が参入すると仲買人はそれと生産者をめぐって競争することになり、販売組合を下回る価格をオファーできなくなる。販売組合の参入は、牽制力として働く。東畑論文は、現段階における成果としてこのことを強調している。

### 3. 東畑論文と独占的競争

東畑論文は、「「米穀の自治販売統制の内容」、国民の経済的位置等に関連する諸問題を究明しようとする」という書出しの下、次のような構成によって書かれている（詳細は、別添2の要点参照）。

## 第1章 米穀経済と商業組織

### 緒言 供給者

- 1 供給者の自由競争
- 2 供給の内面的構造
- 3 需要並びに市場の性質、規模
- 4 流通過程の独立担当者
- 5 農村における商人的商業の発展

## 第2章 自治的販売機構の発展

- 6 振興出荷主体・販売組合
- 7 連合形態・系統化
- 8 協同組合による生産者商業の本質
- 9 自治的販売機構の任務

## 第3章 商業の合理化過程

### 緒言

- 10 市場の改革
- 11 販売組合による生産者商業の本質
- 12 独占的競争の台頭
- 13 中央機関『全販連』と米価統制

## 第4章 国家的統制と自治的統制

- 14 組合内部の異質性
- 15 小作料金納問題
- 16 国家的統制下における自治的統制
- 17 米穀自治管理法

## 付録 カナダ小麦プールの盛衰

東畑論文は、出発点として、「今日の如く米穀流通界に於いて未だ協同組合による既存の米穀流通過程の新しい攪乱なき段階」、すなわち「欧州大戦前までにおける米穀経済の本質的形態たるもの」として、販売組合が本格的に参入する以前の経路（図1の上部の経路）に焦点を当てて、分析が進められる。以下の論述において、必要な場合以外具体的内容に言及しないので、要点を参照

してほしい。

東畑論文の理論的出発点は、冒頭に置かれた「供給者の自由競争」である。はじめにで紹介したように、東畑（1933）において、米を含め農産物の自由競争と制限に関して分析が行なわれている。東畑論文における供給者の自由競争の記述において、ここでの自由競争の定義が援用されている。それによれば、「各々の生産者が生産物に対して何等の価格も指令するを得ない状態之である」としている。これは、「生産者（或いは市場に生産物を出荷する独立意思主体）が数多いから」であり、「個々の生産者の供給量は此の総量に対しては、洵に無視し得る少量、或いは微量に外ならぬので」、生産物価格は「自己個人に超越して与えられたもので」と説明している。

「供給者の自由競争」が冒頭におかれているのは、農民の米の生産販売状況は供給者の自由競争に該当し、そこでもたらされている農民が置かれた状況を改善するには、「供給者の数を減少させる」、すなわち自由競争を制限することが必要であり、それが自治的販売統制であるという主題を示したものと考えられる。

東畑（1933）が指摘した自由競争の研究の進展の段階（ステージ）から見れば、農民が置かれた自由競争の状態の性質を示すことが第1段階、自由競争の制限（販売組合の統制）によって供給者の数を減少させ、その数が1まで減少したものが一方の極端に存在する独占であり、その中間にあるものの性質を自由競争（又は独占）の修正としてその性質を示すのが第2段階で、中間的なものを自由競争、独占とも独立した新たな化合物として捉えるのが第3段階である。東畑（1933）は、次の課題として、「わが農業に於いて経済上は半ば独占要素の加味せられた競争状態を描いた。斯く如き状態は然らば如何なる条件の下に於いて其の均衡を有し得るか、其の条件は果たして本邦農村に存在しているか、将又斯かる状態に重要な変更なくして均衡は成立し得ないか」と「自由学説の第3段階の積極的内容」の説明であると締め括っている。これを念頭において、自由競争の制限の問題を捉え、自由競争学説の第3段階と考えられる独占的競争モデルの適用の現実的可能性を指摘したと思われる。

東畑論文の後、米に関して独占的競争モデルに言及したのは、戦後に書かれた持田（1969、1970）である。筆者が知る限り、その後において、これに関連

付けて米市場を見たものはない。

持田（1969、1970）は、米の銘柄の性質に関し、それによって米市場は製品差別化市場となっており、「独占的競争」の範疇に属すると説明している。独占的競争の市場について、Chamberlin(1933)を援用して、「独占的競争におけるその商品の市場は、「多くの売り手の単一の大きな市場ではなくて、どの売り手にとっても一つである、相互に関連した諸市場のネットワーク」となるが、その一人一人の売り手が一つ一つの銘柄であると考えて良いだろう」とし、これが銘柄の性格の一つであると論じている。その際、東畑論文を参考文献として引用している。

また、持田（1970）は、東畑論文の独占的競争に言及した部分を取り上げ、次のように述べている。「各銘柄はそれぞれ自己の特殊性を強調し、独自の市場を確保し、他の銘柄を排除しようとしたのである。かくて銘柄競争は「独占的競争」という様相を呈したのであった（この時期の米穀市場における競争をいち早くチェンバレンの概念を利用して「独占的競争」と規定したのは東畑精一氏である。氏は銘柄の差別化に注目する一方、販売費、広告費の増大をもってその主たる例証とされている。しかしいずれにせよ、米穀市場における競争がこの時期に、それまでの全くの自由競争から独占的競争へ変質したといえるかどうかは問題である。それは「独占的競争」の概念自体の問題である。昭和以前に差別化が存在したし、販売、広告費も使用されていた。しかしこの時期になって、競争における「独占的」な側面が極めて強化されてきたこともたしかである。その意味でこの時期の銘柄競争を「独占的競争」といってよいであろう」。

東畑論文及び持田(1969、1970)では、独占的競争の市場における企業の行動が定性的にも、定式的にも明らかにされていない。独占的競争(monopolistic competition)は、1933年に公刊されたChamberlin(1933)によって示された市場構造に関する理論である。そこでは、製品が同一か、又は規格化され、価格を所与とし、市場参加者が行動する純粋競争(pure competition)均衡と比較し、独占的要素と競争的要素を併せ持つ競争(独占的競争)の均衡における個別企業の生産量及び価格の決定プロセスが図を使って説明されている。この二つの要素を併有する競争は、生産物の「分化」(differentiation of the

product) から生ずると説明される。

Chamberlin(1933)は、主として、純粋競争と比較して、図を使って、しかも均衡における個別企業の生産量及び価格決定過程を定性的に説明するのに止まっていた。このため、1970年代から80年代にかけて定式化が行われ、市場均衡の存在、均衡における企業数が社会的最適に比べ過小か過大か等の均衡の性質について多くの論文（例えば、Spence 1976, Dixit and Stiglitz 1977 , Hart 1985、Perloff and Salop1985）が書かれている。ミクロ経済学又はそれをベースとする産業組織論に関する日本語によるものを含めほとんどのテキストにおいて、市場構造又は製品差別化の箇所では取り上げられている。

ここでは、主として学部生を対象とした標準的なテキストで邦訳されたマンキュー（2005）に従って、説明する。図2は、市場構造の分類として、マンキュー（2005）で示されているものである。東畑(1933)が、自由競争学説の第3段階を、自由競争と独占の「両極限の間の中間物」を「一つの新たなる独立現象であり新たなる化合物である云う風に見んとするもの」とするものと言及しているが、そのような理解が図2に反映されている。

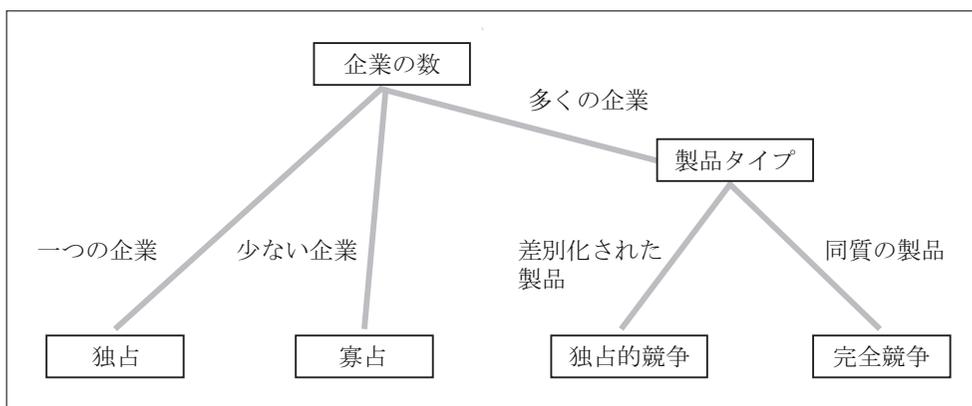


図2 市場構造の4つのタイプ

出典：マンキュー（2005）

独占的競争の均衡は、通常、図3によって説明される。

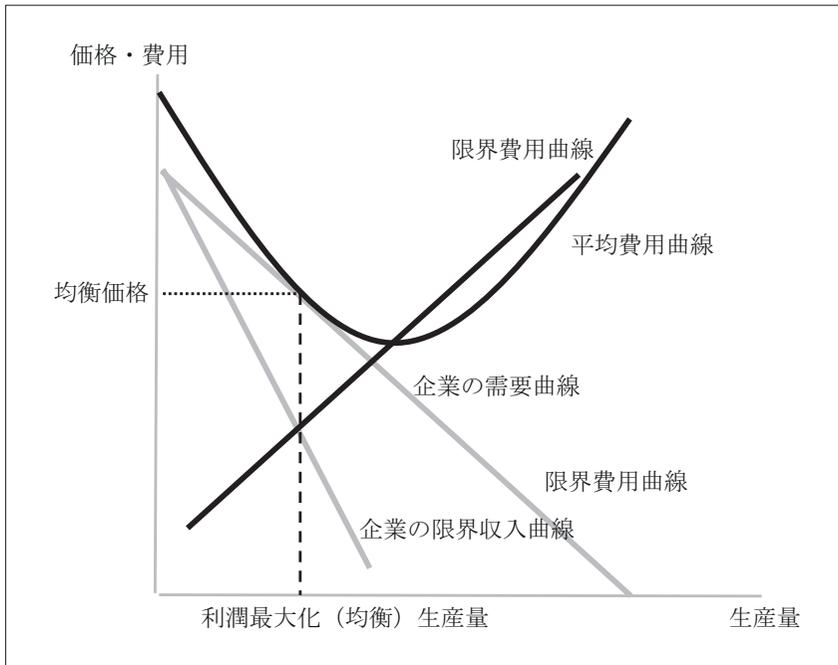


図3 独占的競争企業（長期）

独占的競争市場は、次のような性質を持つ市場である。

- ① 多数の売り手: 同じ顧客の集団を相手に競争する多数の企業が存在する。
- ② 製品差別化: 個々の企業は、他の企業の製品と少なくともわずかに異なる製品を生産する。したがって、各企業は価格受容者（プライス・テイカー）でなく、右下がりの需要曲線に直面する。
- ③ 参入の自由: 企業は制限なく市場に参入（あるいは市場から退出する）できる。したがって、市場における企業数は、経済学上の利潤がゼロになるまで調整される。

Chamberlin(1933)は、「独占力と競争力の絡みあい」（競争の特徴と独占の特徴を併せ持つこと）、「生産物の分化」（製品差別化）から生ずる（日本語による訳はチェンバレン（1966）による）としており、製品の差別化がカギとなる要素である。

この性質が、図3にどのように現れているかを明らかにする。まず、企業の需要曲線は、市場全体の需要から、他の企業の差別化製品に対する需要を控除

した他から差別化された製品に対する需要（残余需要）である。その企業の差別化製品の供給者はその企業だけであるので、独占企業が直面する需要と同じように右下がりである。すなわち、供給量を変化させることによって価格を動かすことができる（その企業の製品について価格支配力を持つ）。従って、利潤を最大化する供給量は、限界収入曲線と限界費用曲線が交わる点に対応する生産量である。この面で独占と同じ特徴を持つ。

図4のように、価格が平均費用曲線を上回っている場合、独占的企業は利潤を得、これを観察した新しい企業は参入するインセンティブを持つ。参入によって、既存企業の需要の減少に直面し、需要曲線が下方にシフトし、利潤が減少する。このプロセスは、既存企業の利潤がゼロとなる、すなわち図3のように、平均費用曲線が需要曲線と接するまで続く。市場均衡において、競争市場と同様に企業の利潤がゼロとなる。これは、独占と異なり、独占的競争には参入の自由が仮定されているからである。競争企業と同じ特徴を持つ。

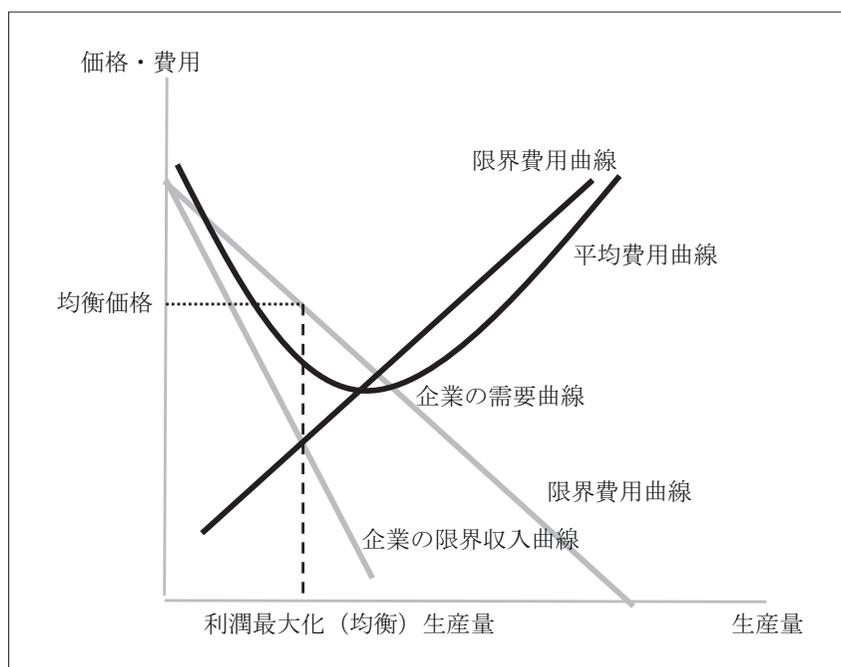


図4 独占的競争企業（短期）

以上の二つの特徴が表すことが、独占の特徴と競争企業の特徴を併せ持つという意味である。

東畑論文は、「独占的競争の台頭」という見出しの下、独占的競争市場の可能性を見通した（要点参照）。そこで、その契機として、「これ迄米穀という商品を一の包摂的な範疇として取扱い、敢て其の内的な分化（commodity differentiation）に一指だに触れるところがなかった。しかし、一步を踏み出して其の中の有する銘柄、等級等の具体的事実に当面するならば、同じく米穀というも其の中に多く異質性の存在することを認めざるを得ぬ。この分化、異質性に少なからず意義を持つに至っている」と述べ、米市場を製品差別化市場であるという認識を示した。これは、当時においては画期的であった。「各銘柄地域は米穀の販売において排他的なる経済的単位を形成することを意味し、「自由競争概念の下同質的生産者として考察した米穀販売者は、今や夫々多少の程度に分化した側面を持つ限りに於いて夫々地域的には個性的なるもの、経済現象的には独占的なものを具備」し、「米穀供給者が決して無意識的な競争状態にあるのでなく、寧ろ積極的に意識的に相互に販売競争をなしていることを意味する」、そして「この事実は経済学上に於いて、類似商品の供給に関し自由競争と独占の両側面が同じに融合して存在せる場合の現象をそのままに把握したる独占的競争の概念を髣髴せしむるものがある」とじた。そして、独占的競争主体として、「府県単位の連合会（単位組合にても稀に）は、かかる販売の意識的競争の単位たる性質を帯び、従って新興協同組合機構の遂行せる米穀独立供給主体数の制限、単位供給量の拡大化の効果は、その儘独占的競争の量的条件を提供し、進みて連合会はそれを一層大規模すると云う傾向を見通し得ない」、「他県の産米と販売競争の立場に立たざるを得ないのである」として県販連を予想している。

しかし、独占的競争市場の独占的競争企業（主体）であるためには、銘柄の生産を行なう生産者すべてが結集し一つの意思決定主体として、右下がりの需要曲線に直面し、供給量（及びその結果として価格）について意思決定する必要がある。当時、農家販売高に占める販売組合のシェア（共同販売を行なったものの割合、残りは共同販売でなく個人売）は1937年においても25%、うち県販連の扱いは60%でその農家販売高のシェアはわずか13.5%に過ぎない。従って、東畑論文では、県販連が独占的競争企業（主体）となる条件が生まれてきていると主張しているが、販売組合系統のシェアを見ると、過大評価と考

ざるを得ない。

文末の箇所、東畑論文は、「本邦に於ける米穀の自治的販売統制のもたらし得可き効果には、それが本来的に自治的、自由的なる限り、左程遠からざるところに限度の存することに気付くであろう」と、内生的に一の販売主体（独占）による共同販売まで作り上げるには限界があることを指摘し、これに国家的、行政的色彩を付与することが唯一の進む路であると結論付けている。

販売組合によって「自己の生産物を自らの手で」販売するという運動が、農業恐慌を契機とした産業組合拡充5カ年計画の一環である農村経済更正運動の重要な柱になっていたとしている。しかし、供給者は極めて多い上、生産者・地主という経済的環境が異なる者によって構成されている下で、それまでの各人の社会経済関係を背後に持つ取引を清算して、全体のために自らの販売先の選択機会を放棄させる犠牲を補って余りがあるだけの経済的便益を参加者全員に共同販売がもたらすことができないと見通したと思われる。

#### 4. 自由取引時代の終焉以降現在に至る簡単な経過

当時の米穀政策は、それまでの朝鮮、台湾からの移入米の増加による過剰基調に対応した価格の買支えから、戦時経済体制の進展に伴い、戦場需要や工業供給者の増加による価格上昇の抑制に軸足が移りつつあった。1939年に米価上昇を抑制するため米穀配給統制法が制定され、米穀商の許可制度（産業組合、商業組合は許可不要）、配給統制上の命令措置、米穀取引所・正米市場の廃止、米穀市場を日本米穀株式会社に限定する措置が講じられ、自由取引が制限されることになった。とりわけ、正にその年、西日本と朝鮮が干ばつで米の需給が逼迫し価格が暴騰したため、これを抑えるため、同法に基づき、最高販売価格（公定価格）が設定され、これを超える価格での販売が禁止された。

同時に、米穀の政府管理を行なうため、1940年に臨時米穀配給統制規則、1941年に米穀管理規則が制定された。自家保有米以外はすべて政府管理とするため、①農会が生産者・地主に管理米として出荷すべき数量を通知する、②生産者・地主は、管理米は販売・販売委託をする以外に消費等を行うことが禁止された。更に、これらを恒久制度とするため、1942年に食糧管理法が制定され、

①農会（後に市町村長）が政府への売渡量を割り当て、② 生産者・地主は、販売組合又は農業倉庫業者に対し政府への売渡しをしなければならないこととされ、③これらは県販連に委託し、④県販連は全購販連に委託し、⑤全購販連は政府に売り渡さなければならないとされた。このように、産業組合系統による一元的集荷組織が成立した。なお、翌年（1943年）農業団体法によって5団体（農会・産業組合・畜産組合・養蚕組合・茶業組合）が統合され農業会となり、市町村に「市町村農業会」（農業者は当然加入）、道府県に「道府県農業会」、中央に「中央農業会」（指導事業）及び「全国農業経済会」（経済事業）が設立された。それまでの販売組合系統の集荷機関は、生産者・地主→市町村農業会→県農業会→全国農業経済会と順次委託を受けるものとなった。

戦後、日本国憲法の下第1回国会（1947年）で農業協同組合法が成立し、農業協同組合が誕生した。1948年に農業会が解散したことに伴い、集荷業務が農業協同組合とともに商人系も認められることになり、一元的集荷から二元的集荷体制となった（生産者が直接売り渡すことも認められた）。生産者は政府に売渡しを委託する指定集荷業者を選択して登録し、政府はこの指定業者を通じて生産者から買い入れることになった。

政府の買入制度は、食糧管理法が1995年に廃止されるまで実施された。1969年に自主流通米制度が創設され、政府への売渡義務が解除される（政府を經由しない）米の流通が許容され、これが次第に拡大して行った。政府米及び自主流通米において農協系統が圧倒的シェアを持っていた。しかし、市場で自由に販売量と価格を選択する環境、すなわち自由取引の下で得られた結果(outcome)でなかった。

1995年に食糧管理法が廃止され、食糧法が制定された。更に、いわゆる改正食糧法が2004年に施行された。計画流通米（自主流通米・政府米）の廃止に伴いその流通ルートの特定のため実施されていた計画出荷米の出荷取扱業者並びに卸売業及び小売業の登録制度が廃止された。これによって、流通に関する規制は、一定規模の米の取扱いを行う者に対する届出制が残されたものの実質的になくなり、価格を含め戦前と同じような自由取引が到来した。

## 5. 東畑精一が展望したものと米市場の今の姿

東畑論文は、市場において、自由競争に対する制限として販売組合の共同販売によって供給者数を減少させ、均衡する姿として、銘柄に関し価格支配力を持つ独占的競争による市場構造を展望した。

当時、販売組合系統の取扱シェアは2割程度に止まっていたが、1942年の食糧管理法制定以降、一元的に政府管理米の集荷を行う役割を担った。しかし、市場における行動としてでない。戦後、農業会は農業協同組合となり、商系組織とともに、集荷を担当したが、圧倒的シェアを保持した。これも、市場行動でない。1969年に自主流通米制度が創設され、次第に拡大して行ったが、ここでも農協系統がほぼ100%のシェアを占めていた。なお、自主流通米市場の経済学的性質は興味深いが、自由取引の下ではなかったという意味で、この小文の検討対象と異なるので、別の機会に譲る。

1995年に食糧法が制定され、備蓄米及びミニマム・アクセス米を除き国家管理が廃止されたことに伴い、それ以降は、米は市場で流通する商品として扱われることになった。それまでの政府米と自主流通米からなる計画流通米に加え、自由米として食糧管理法の域外で流通していた米を計画外流通米としてその対象にしたこと、計画流通米を扱うのに必要な出荷業者や卸売業者及び小売業者の登録が食糧管理法の下における集荷業者の指定及び販売・小売業者の許可に比べ大幅に規制緩和され、米の流通への参入が容易になったこと、それらに伴う米流通の進展に必ずしも農協系統が円滑に対応できなかったことにより、農協系統のシェアが低下して行った（この間の事情については、吉田1998を参照）。

自由取引の下、すなわち、何等法令上の制約又はアドヴァンテージが付与されない下で、農協系統は、市場において、競争相手と競争しながら、生産者から米の販売委託を受け川下に供給する役割を果たして行くことになる。表13は、改正食糧法になってから以降の各年産についての流通の状況である。農協のシェアは、単協の直売を含めれば、50%台が確保されているが、全農各県本部又は経済連が委託を受け販売しているものが、30年産は40%を切ったが29年産までは40%が確保されている。

生産者による直接販売が着実に増加している。需要の減退傾向が続く中で、生き残りのため経営規模の拡大を進める一方で、販路の確保と高い価格の実現のため、こだわりの強い消費者に向けて特別栽培米を直販する等積極的なマーケティング活動を独自に展開することによって、市場の動向に対応している生産者が増加している。

30年産米について農協のシェアが大きく減少し、生産者の直接販売が増加している。これは、30年産から国による生産数量目標の配分が廃止になり、ほとんどの県では行政・農業団体等関係団体から構成される農業再生協議会によって県全体の生産の目途、更に市町村段階における目途も設定し誘導を図った。しかし、作付け規模の拡大のメリット（規模の経済）が大きい（経営規模、農業機械・施設投資、人的投資が大きい）者ほど作付けを増加させるインセンティブが働き、一般にこれらの者は農協に頼らずとも販路の確保が可能な者と考えられるため、地域によってこのような者の同調的行動が農協のシェアを低下させた面があったと推測される。県別の30年産以降の作付け動向を見ると特定の県において突出して大きく増加している。

表13 米の流通

年産	出荷販売量 (万トン)	農協 (万トン)						生産者直接販売等 (万トン)	
		計		販売委託		直販			
16	636	390	61.3%	350	55.0%	40	6.3%	226	35.5%
17	653	405	62.0%	352	53.9%	53	8.1%	226	34.6%
18	631	384	60.9%	320	50.7%	64	10.1%	227	36.0%
19	632	378	59.8%	308	48.7%	70	11.1%	232	36.7%
20	636	390	61.3%	303	47.6%	87	13.7%	224	35.2%
21	624	372	59.6%	294	47.1%	78	12.5%	230	36.9%
22	594	369	62.1%	285	48.0%	84	14.1%	203	34.2%
23	604	351	58.1%	266	44.0%	85	14.1%	232	38.4%
24	616	352	57.1%	273	44.3%	79	12.8%	243	39.4%
25	626	373	59.6%	293	46.8%	81	12.9%	231	36.9%
26	616	369	59.9%	285	46.3%	84	13.6%	223	36.2%
27	579	344	59.4%	258	44.6%	86	14.9%	213	36.8%
28	582	338	58.1%	252	43.3%	86	14.8%	221	38.0%
29	569	315	55.4%	234	41.1%	81	14.2%	234	41.1%
30	576	298	51.7%	219	38.0%	80	13.9%	259	45.0%

出典：農林水産省資料を参考に筆者作成

現在、10ha以上の作付けを行なう大規模な米生産者が約1万7千に上ってい

る（2015年農林業センサス）が、総体的には零細性を持つことは変わらない。総供給量との比較で1経営体当たりの供給量は「微量」であるという意味で、「微量的なる供給主体」であることも、当時と変りがない。そのため、各自は、価格は所与として行動する（プライステーカー）ことになる。しかし、生産量に対する出荷販売量は、戦前の55%と比べ、年によって異なるもののそれを遙かに多い70%水準を上回って推移している。典型的な商品生産と異なる供給の内面的構造と指摘された、「米穀の自給性、米作民の窮迫性、米作の季節性」からは脱却した。これは農地改革、農家の所得水準の向上や農村における就業機会の増加により農家経済が豊かになったこと、総合農協の事業体制が整備されたことによる。

販売組合が地主の存在に着目して異質な主体で構成されていることにも、限界を見ていたが、これも克服された。また、自治的販売機構の任務として、「最も重要な点は組合が農業生産自身の上には何等かの直接の指揮指導を与え得ることが甚だ薄弱な点にある」として生産指導も強調しているが、県の普及組織による技術指導と連携しこれも営農指導として実施されるようになった。

東畑論文が米の市場構造として紹介した独占的競争は、当時は発表されたばかりのものであったが、現代のミクロ経済学（産業組織論、国際経済学を含む）のテキストにおいて、市場構造、製品差別化又は貿易構造に関連して共通に紹介されているモデルである。

米の市場の性質を考えてみよう。消費者は各産地品種銘柄を異なる商品と認識しているので、それらから成る米市場は製品差別化市場である。農産物検査法に基づき、産地と品種の組合せによって設定されている産地品種銘柄ごとに形成されているサブ市場を基礎的な単位としている。現に、価格動向に関する政府文書や専門紙（誌）では、銘柄区分によって価格が表示されている。これは、産地品種銘柄ごとの市場（サブ市場）が存在していることを意味する。これらのサブ市場によって全体の米市場が構成され、それぞれのサブ市場における産地品種銘柄相互間の代替弾力性の大きさの程度に応じて、価格や取引量に相互に影響を及ぼし合いながら、それぞれのサブ市場で、産地品種銘柄の価格や取引量が決定されている。

独占的市場について、持田（1969,1970）が示したように、Chamberlin(1933)

は「全体は 多数の供給者をもった単一大市場でなく 互いに関係のある複数個の市場—そこでは 1 供給者ごとに1市場がある—のネットワークであることが認識されなければならない」としている。しかし、ある産地品種銘柄の米について見れば、生産者の選択は、農協に販売を委託するかあるいは自ら消費者又は卸売業者等に販売するかであり、また、販買の委託を受けた単協は経済連に委託するか又は直販するかの選択肢から選択するのが通常であり、この結果が表13に示されている。現状において、唯一の供給者はいないという意味で独占は存在しない。「1 供給者ごとに1 市場がある」ことにはなっていない。このような米の市場は、上で述べたように、独占的競争の市場構造でなく、1 産地品種銘柄ごとに、複数以上の供給者が存在する市場である。産地品種銘柄ごとの市場（サブ市場）は、それぞれどのような特徴を持つだろうか。市場において、東畑論文が展望したように、市場において、農協系統が価格支配権を持ち、川下から支配されることなく生産者に米の持続的生産を可能とする便益をもたらす役割を果たしているか。規模の大きい経営が増加していると言え、生産者単位で見た場合、総出荷量に対して各生産者の供給量は「微量」であり、「自由競争に対する制限」（供給者の数を減らす）が不可欠である構造は変わっていない。

表13に示されているように、食糧管理法や改正前の食糧法による規制がなくなった現在でも、農協系統は50%を超えるシェアを持つ。平均的な作付面積が1.2ha程度の多くの米生産者にとっては、自ら設備を整え、乾燥調整を行い、販路を探索し、取引条件を交渉するという取引費用を負担し、また確実に代金の回収できる保証がないというリスクに晒されるより、委託手数料を払っても、委託することによる便益の方が大きいことが、このようなシェアの理由であると考えられる。また、協同組合の目的である共同販売からも、運動として委託の拡大が志向される。農協系統のシェアのうち、経済連が40%程度のシェアを占めている。市場において1の企業が大きいシェアを持つ理由の一つとして、Carlton and Perloff 2005は、企業グループが利益を最善に増加させるために集合的に行動する場合を上げているが、協同組合による共同販売活動がこれに該当するだろう。

産業組織論（Industrial Organization）において、独占とは言えないが

相対的にシェアが大きい企業1社とその周縁に存在するそれぞれのシェアが小さい多くの競争企業によって供給される市場が、支配企業 (dominant firm) モデルとして類型化されている (Stigler1965, Scherer1980, Bjornal et al. 1993, Church and Ware 2000, Carlton and Perloff 2005, Martin2010等を参照)。このモデルが適用される支配企業のシェアは、Scherer (1980)によれば、40%以上とされている (なお、このモデルを紹介している他のテキストや論文においては、シェアの下限は明示されていない)。

一つの産地品種銘柄の米の市場に、この支配企業のモデルを適用し、米の産地品種銘柄を生産する生産者から委託を受けて販売する農協系統 (直販する単協と区別するため以下「経済連」という) を支配企業として捉え、経済連の行動の役割を明らかにする。

支配企業モデルによって、産地品種銘柄の市場が図5に示されている。

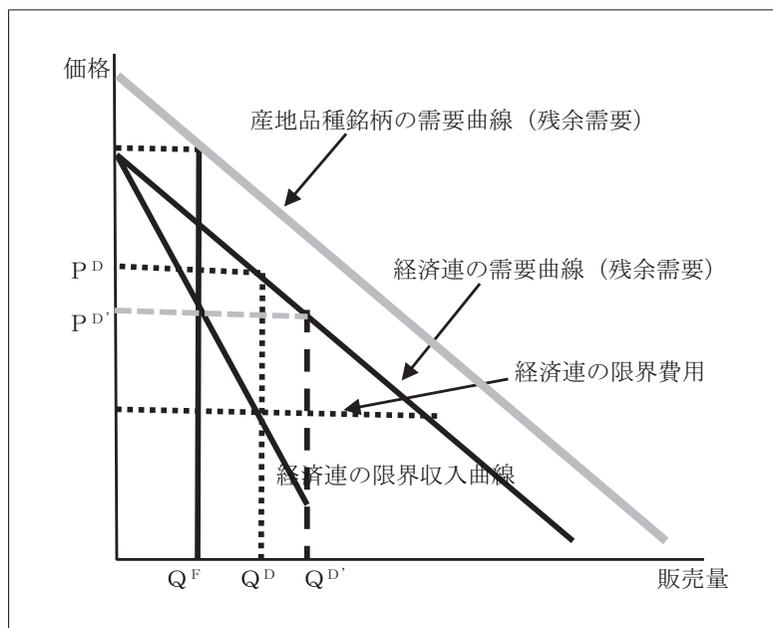


図5 支配企業モデル

ここで使用されている残余需要 (residual demand) は、任意の所与の価格において市場需要のうち他の供給者によって供給される量を所与として、それを差し引いた需要である。複占、寡占の市場における企業や支配企業の行動や

その結果である均衡を導出する上で理解を助ける基礎的な概念である。

図5によって、経済連の行動を説明する。外側の需要曲線は、当該産地品種銘柄の需要曲線である。 $Q^F$ は経済連が推定する直売生産者等（農協系統に販売の委託をしない生産者及び直販する単協）の供給量とする。米の需要量や他の産地品種銘柄、特に密接な代替性があるものの供給に関する情報を基に、まず、外側の当該産地品種銘柄の需要曲線（傾きは弾力性の大小を反映する）を見込む。次に、委託しない直売生産者等の供給量 $Q^F$ を見込み、産地品種銘柄の需要曲線からそれを控除することによって自己が直面する残余需要曲線を推定する。これが外側から2番目のものである。外側から3番目の直線は、限界収入曲線であり、経済連の需要曲線から導出される。限界費用は、経済連が出荷時に委託者に支払う概算金としている。いわば、販売する米の仕入価格である。直売生産者等の供給曲線 $Q^F$ は水平軸に直角の直線としているが、経済連にとってその供給量を所与として自らの需要曲線を設定していることを意味する。構図は経済連の設計するものであり、各種の情報を収集して初めて可能となるものである。これは、経済連が出来秋を迎えるに当たって意思決定を行うプロセスを支配企業モデルによって図式化したと考えることができる。

経済連が出来秋を前にして生産者にオファーするため、委託を受けて販売を請け負う当該年産米の出荷時に委託者に支払う概算金の水準を選択しなければならない。ある意味で仕入価格であるので生産者の委託行動に影響を与えるのは当然であるが、取引慣習上、需要者との相対で取引するに当たって「底値」と扱われている。

高い水準の概算金を交付すればするほど、受託量は多くなると考えられる。経済連の制約条件は、受託量を売り切り、少なくとも概算金プラス諸費用を回収し、更にそれを上回って生産者に追加払いが可能な価格で販売することである。図5は、経済連は残余需要（外から2番目の需要曲線）に対して独占の地位にあるので、経済連が受託量を任意に選択することが可能であれば、限界費用曲線と限界収入曲線（外から3番目の曲線）が交わる販売量 $Q^D$ に対応する需要曲線上の点において価格 $P^D$ を設定する、これが利潤を最大化する最適価格である。しかし、農協系統は、組織の運動として可能な限り受託量を増加させることが本来の行動であり、また、委託の申出があれば、組織の原点として

受けざるを得ない。請負量が、 $Q^D$ に一致する保証がない。需要が減少傾向にあるときは、図5の一番外の当該産地品種銘柄の需要曲線は内側にシフトし、他の条件が同じであれば、最適請負量（ $Q^D$ ）は減少し、最適価格（ $P^D$ ）が低下する。受託量（ $Q^D$ ）を売り切ることが優先されるので、概算金の水準を考慮しながら、需要曲線上の $Q^D$ に対応する価格 $P^D$ の水準と概算払水準と間の水準で適当な価格を選択する。概算払の水準は、直売生産者等の位置 $Q^F$ の位置、それを通じて残余曲線の位置に影響するとともに、受託量に影響し、それを売り切るための価格、概算金水準は上回るという販売価格が満たすべき条件にも影響する。この場合、経済連の残余需要の位置ができるだけ外側（言い換えればシェアが大きい）ことが対応の余地（戦略の範囲）を大きくする。

直売生産者等は、プライステーカーとして、経済連の価格に追随することを仮定している。経済連は、図5で示されている行動のプロセスを経て、需要者にオファーする価格を決定し、オファーする。直売生産者等に対しては、価格主導者となり、直売生産者等は追随者となる。産業組織論の理論においては、供給量主導の場合と異なり、価格に関しては追随者になるときに比べ必ずしも有利でないとされている。一般に言われることは、価格主導者が示した価格を少し下回る価格を設定し、採算を確保しながら需要を奪うことができるとされている。しかし、産地品種銘柄の市場では、産地品種銘柄の個々の直売生産者が供給可能な量は小さく、当該産地品種銘柄の需要者は、量を確保するためには、なお経済連との取引を行う必要がある。経済連は、図5の残余需要曲線に現れている需要に対して独占として、この産地価格銘柄の取引価格に関し主導権を持つ。

これを保証するものは、残余需要に対して独占として市場への供給量のコントロールを行うことが可能なシェアを持つことである。図5に示されているように、直売生産者等の供給曲線 $Q^F$ の位置が右にシフトすればするほど（経済連のシェアが小さくなる）、経済連の需要曲線が下にシフトし、戦略の選択範囲が小さくなり、何よりも需要者との交渉力を弱め、委託者に価格面で委託するメリットを提供することができなくなる。経済連のシェアの大きさは様々であろうが（例えば山形つや姫やゆめぴりかについては100%に近いだろう）、現在のシェア水準（概ね40%、これはSherer1980において言及されている最小シェ

アに一致する)の下では、一般的に言って、支配企業モデルで説明可能な経済連が価格主導権を持つケースが多いのではないかと考えている。東畑論文が展望したように、自由競争の制限(共同販売による供給者の減少)によって、独占的競争の下での独占価格ではないが、供給において大きいシェアを維持することによって、価格主導者として価格に対する影響力を持っている。

## 6. しめくくり

東畑論文は、当時の経済学、特に自由競争とその制限の文脈で、「米穀経済」を分析した、それまでにない内容を持つ(現在においても、稀有である)。銘柄米を掲げた産地間競争が行なわれていることに着目し、米市場を差別化製品市場と認識し、差別化(「分化」)の下では独占と競争が一緒に現われることを根拠とする、当時において最先端のChamberlin(1933)の独占的競争による市場構造を展望した。そのためには、各銘柄米を供給する独占が成立することが条件であった。小作制度が背景にある供給者の異質性が存在する下では、販売組合の統制(共同販売を通じた供給者の減少)によって一の供給体に集約することは、結果的に困難であった。

戦後になって、農地改革、農村における就業機会の増加、農家経済の豊かさの増進等によって、戦前の米供給が置かれた宿命を脱却し、一方では、長期間にわたる食糧管理法による実質的に一元的な集荷体制が継続されたため、出荷に関し農協中心の体制が継続された。改正食糧法によって流通に関する参入規制がなくなった以降も、単協の直販を含め50%以上の農協系統のシェアが確保されている。

単協の買取り・直販が増加している。単協が、積極的な独自の販売促進活動によって有利な市場を開拓する努力を行なうことは、生産者に農協を通じる便益を与える意味で望ましい。一方で、販売代金の回収にリスクが高まるという問題があるほか、経済連のシェアを低下させ、有利な価格付けを行なう価格主導権の弱化をもたらすことになる。支配企業モデルからは、単協の直販のシェアが増加することは、その単協自体の販売価格にも影響は避けられない。単協の直販は、例えばJAたじまによるコウノトリ米が良く知られている(買取り・

直販)が、地域単位で差別化製品としての性質を持っている場合は、販売戦略として望ましい選択であり、代替弾力性が小さいので経済連の他の米についての価格に影響を及ぼすことは小さい。

販路を確保するため、経済連のシェアを背景に持つ価格水準から離脱した水準に価格設定するようなことは、短期的には利益になるかも知れないが長期的にはその農協はもちろん、経済連に販売を委託することによって享受してきた他の県内生産者に悪影響を与えるおそれがある。このため、単協の直販が増加することは、取引相手の需要者サイドからは歓迎されようが、供給者の銘柄米の有利な価格付け戦略に影響を与えるので、それを吟味しながら慎重に取り組む必要がある。

東畑論文は、供給者の自由競争状態に依拠した不合理な商人による商業機構を、「自由競争の制限（共同販売によって供給者の数を減少させる）」によって、生産者が主役となったものに変革することが主題であった。経営規模が大きい生産者が増加しているが、全体の供給量から見た場合微量であり、「自由競争の制限」をすることを必要とする構造は変わらない。量販店での米の購入が増加しており、これら量販店に、安定的に常時、米を供給する必要から、卸売業の大型化が進んでいる。需要者（川下）が市場の支配力を持つ構造に容易に変わる可能性がある。特に、米の供給が過剰の下では、川下のバーゲンニングパワーが強まる。農協系統が価格主導者として、米生産の持続性を確保することが可能な価格水準を追及するためには、これまで培ってきた、「自由競争の制限」を行なう基盤が失われないようにすることが重要である。農協系統に販売委託をするメリットを生産者に与え、シェアを確保して行く努力を不断に行うべきである。

## 参考文献

- Bjorndal, T. , Gordon, D.V. and Singh, B. (1993), “A dominant firm model of price determination in the US fresh salmon market:1985-88,” Applied Economic, 25, 743-750
- Carlton, D.W. and Perloff, J.M. (2005), Modern Industrial Organization, PEARSON
- Chamberlin, E. D. (1933), The Theory of Monopolistic Competition, HARVARD UNIVERSITY

PRESS

- Church, J and Ware, R(2000), *Industrial Organization*, McGraw-Hill
- Dixit, A.K. and Stiglitz, J.E.(1977), "Monopolistic Competition and Optimal Product Diversity," *The American Economic Review*, Vol.67, No.1 297-308
- Hart, O.D.(1985), "Monopolistic Competition in the Spirit Chamberlin: A General Model," *Review of Economic Studies*, 52, 529-546
- Martin, S. (2010), *Industrial Organization in Context*, OXFORD
- Perloff, J.M. and Salop, S.C. (1985), "Equilibrium with Product Differentiation," *Review Economic Studies*, 52, 107-120
- Scherer, F.M. (1980), *Industrial Market Structure and Economic Performance*, Houghton Mifflin
- Spence, M. (1976), "Product Selection, Fixed Costs, and Monopolistic Competition," *Review of Economic Review* 43, 217-235
- Stigler, G. (1965), "The dominant firm and the inverted umbrella," *The Organization of Industry*, Ch 9
- 諫山忠幸 (1961) 『米一流通と管理一』地球出版
- 太田嘉作 (1938) 『明治・大正・昭和米価政策史』丸山舎書店
- 櫻井誠 (1989) 『米 その政策と運動上』農山漁村文化協会
- 澤村康 (1937) 『米価政策論』南郊社
- 食糧管理局 (1947) 『主要食糧の価格政策史』
- 鈴木直二 (1974) 『米 自由と統制の歴史』日本経済新聞社
- 鈴木直二 (1975) 『米穀流通経済の研究』成文社
- 高橋政行 (1966) 「自由経済下における米麦の流通」『主要農産物の流通構造』農政調査委員会
- 玉真之介 (2013) 『近現代日本の米穀市場と食糧政策 食糧管理の歴史的 성격』筑波書房
- チェンバリン (1966) 『独占的競争の理論』(青山秀夫訳) 至誠堂
- 東畑精一 (1933) 「農業に於ける自由競争と其の制限」『経済学論集』第3巻第7号35-64頁
- 東畑精一 (1936) 『日本農業の展開過程』東洋出版
- 東畑精一 (1936) 「米穀政策と小作制度」『農業と経済』第1巻第1号 51-61頁
- 東畑精一・大川一司 (1938) 『米穀の自治的販買統制』日本学術振興会
- 農林省経済更生部 (1935) 『新潟縣ニ於ケル青田売買ニ関スル調査』日本農業発達史第8巻 (1956年復刻版所収)
- 日本学術振興会 (1939) 『米穀経済の研究 (I)』有斐閣
- 荷見安 (1937) 『米穀政策論』日本評論社
- マンキュー (2005) 『マンキュー経済学①ミクロ編』(足立英之ほか訳) 東洋経済新報社
- 持田恵三 (1969) 「米における銘柄等級制の形成」『農業経済研究』第40巻第4号156-164頁
- 持田恵三 (1970) 『米穀市場の展開過程』東京大学出版会
- 八木芳之助 (1932) 『米価及米価統制問題』有斐閣
- 八木芳之助 (1935) 『農村産業組合の研究』有斐閣
- 渡邊信一 (1929) 「我が国に於ける米の共同販売に就いて」『経済学論集』旧巻第6巻第2号 193-253頁
- 吉田俊幸 (1998) 「価格政策から経営安定政策への転換と米流通の新時代」『米産業の競争構造』農山漁村文化協会

## 別添 1

米価と米の供給

	米価 (円 / 石)			米生産高 (万石)	輸移入高(万石)		総消費高 (万石)	人口 (万人)
	年度平均	月平均最高	月平均最低		計	内移入		
大正 6	18.57	23.9	16.79	5,845	251	198	6,122	5,438
7	30.1	44.1	23.86	5,457	653	287	6,274	5,480
8	43.89	51.6	37.16	5,470	950	407	6,208	5,524
9	48.56	54.63	37.25	6,082	307	232	6,232	5,574
10	29.2	39.59	25.52	6,381	476	394	6,503	5,641
11	36.85	40.64	31.43	5,518	767	388	6,286	5,713
12	31.57	35	27.33	6,069	621	459	6,671	5,787
13	37.64	41.99	35.13	5,544	953	621	6,578	5,863
14	41.85	45.21	39.25	5,717	1,209	695	6,705	5,941
15	38.44	40.22	37.28	5,970	954	740	6,822	6,035
昭和 2	35.83	37.25	33.59	5,559	1,267	854	6,716	6,133
3	31.33	33.37	29.83	6,210	1,126	950	7,028	6,255
4	29.19	30.16	28.2	6,030	891	763	6,947	6,316
5	27.43	30.53	19.13	5,956	860	735	6,891	6,405
6	18.46	20.58	17.5	6,688	1,152	1,069	7,298	6,499
7	20.69	22.49	17.42	5,522	1,160	1,062	6,668	6,590
8	21.42	23.43	19.25	6,039	1,275	1,175	7,245	6,692
9	24.9	30.3	22.01	7,083	1,425	1,408	7,683	6,781
10	29.86	31.66	29.04	5,184	1,302	1,295	7,087	6,901
11	30.7	32.05	29.01	5,746	1,420	1,380	7,332	7,002
12	31.76	33.25	29.43	6,734	1,188	1,159	7,889	7,098
13	33.9	35.06	33	6,632	1,527	1,512	7,988	7,180
14	35.95	38.2	34.4	6,589	981	965	7,967	7,222

出典：櫻井（1989）を参考に筆者作成

## 別添 2

### 『米穀の自治的販売統制』の要点

#### 第 1 章 米穀経済と商業組織

理論的分析の出発点として、米穀の多数の小規模生産に対応した商人による商業組織が構成され、未だ産業組合による米穀流通過程への参入がない段階、欧州大戦（第一次世界大戦）までの米穀経済の本質的形態に立ち戻って考える。特に商業が米穀経済の如何なる特質に基づくものか、その必然的存在理由を示す。

##### 1 供給者の自由競争

商人的なる商業機構がその上に蟠居している農民的生産の経済的性質と経済

的意義は、分散した零細な単位で独立して営まれていること。

- ① 米穀の生産は、自作農、小作農、自作兼小作農によって、零細な規模によって行われている。平均作付規模6.8反, 平均収穫量15.1石（内地 昭和8年）で、個々の生産規模は全体流通量から見て極めて小さい。規模が小さくても、独立した経済的主体である。組織、連絡、結合がなく、個々独立して分散して技術的にも経済的にも零細なものとして存在。
- ② 米作農家470万戸のうち販売戸数290万戸、流通過程に直接入るもの約6割。残り4割は単に米を作るに過ぎず、小作料の他は自家消費し販売するものがない小作農、自家飯米用のみ生産する自作農。販売戸数の平均販売量10石。販売戸数の67%は30俵未満、100俵を超えるもの3.7%。一般的零細性を認識させる。物納小作料の存在は、地主を供給主体にさせる。「米作を為さざる耕地所有者」、20万戸。総販売量500万石以上、平均販売量26石。地主はより大きい供給者。地主と一般的農民との量的差異は、自作農と小作農との間にも存在する。
- ③ 米穀の供給は、多くの独立した零細主体による。内地販売量3400万石が、約300万戸の零細主体によって平均11石という規模で微量に分かれて供給される。「経済学上のいわゆる市場供給者の自由競争の態様」である。個々の主体の供給量は市場総供給量の微分量。独占的主体の不存在、市場総供給量を全く与えられたもの（所与）として意思決定。微分量的なる供給主体。米穀経済の流通過程を論ずる者は、基礎的事実としてこのことを捉える必要。

## 2 供給の内面的構造

市場との関係では、多数の者が相互に自由競争を行い、同質的な小主体。しかし、市場に対する供給環境面では異質性が存在。

- ① 米穀の生産は、資本主義的な純粋な典型的な商品生産と趣を異にする。米穀の自給性、米作民の窮迫性、米作の季節性の存在。米生産者の4割は販売しない。販売割合は、小作米84.5%、小作米以外45.6%、合計55%。自家消費が経営目標の重要部分である限り、それは商品生産でない。非弾力的であり、これが米穀生産の特質。米穀の市場供給は、余剰的供給。自家の労働力の再生産に必要な飯米を控除した余剰を販売。一方では、自給的

生産から次第に商品的生産の色合いが強まる。外的力（商人）による商品化。資本主義的経済が農民経済を自己の中に織り込んで行く一般的過程の産物。

- ② 余剰部分を販売する形態から進んでその必要部分、自家労力の再生産に必要な部分まで販売せざるを得ない状態。現物小作料として生産物の半ばを地主に納める小作貧農において最も甚だしい。歪められた性質。米穀の供給において商品経済的に純粹でない主体によって行なわれることは、価格構成において非合理性の存在の余地を大きくする。庭先販売において不利な立場におく。農民は単に米穀を生産して之を庭先にて商人に売り渡すまでの供給主体であるに過ぎない、それ以後の段階には何等関与するところがない、流通過程は外から与えられたもの、自己に属さざるものとして存在。
- ③ 生産者の供給者としての性質は、地主と著しく対照的。地主による供給は、余剰性、窮迫性も少ない。販売の主体としての性格を持つ。「供給者の自由競争の内面的構造」は、供給の性質が異なる2範疇が区別される。
- ④ 米穀という商品の技術的性質は、自由競争の現象を一層複雑にする。観察期間を一年間に長くすると自由競争と言っても、米穀の供給主体（自作農、自小作農、小作農と地主）間で、異質性が分化。自由競争は、一年間の各時点に存在し、米価が高くなれば流通過程に流出する米の量は増大し、供給量を増加させることによって価格を引き下げ、自動的に流出を防止する。経済合理性において、主体間に質的相違。生産者の売急ぎ、新穀の季節的市場殺到。出来秋に供給量が相対的に大きくなる中で、地主は、市場の恒常的要素を形成。出来秋における急迫販売者の市場と端境期を中心とする富農、地主の市場が明瞭に分化。供給者の自由競争は、時間的に分離して現れる。地主層と貧農層は同一市場の自由競争者として現れない、供給の自由競争的、無統制的態様は一時期に集中する。「だぶつき米」（流通段階における在庫）、ここに商人の存在理由がある。

### 3 需要並びに市場の性質、規模

- ① 米は本邦の主要食糧。最終消費者は、都市の労賃生活者・俸給生活者。家庭における最終消費が支配的。加えて、生産者で窮迫的販売の結果購入せ

ざるを得ない者も無視できない。是等の大部分は、個々独立の何等の連絡がない小消費が小単位として現われる。小さい消費単位。米穀の需要は、その供給が自由競争的であるより更により強く意味で自由競争的である。

- ② 供給及び需要が完全な意味で自由競争的であるので、米穀の市場は自由市場。最初の供給者と最後の供給者が、それぞれ総供給量と総需要量に対して微分量的主体。市場で成立する価格は、自由競争価格。自由競争価格は、年単位で季節性を持つ。短期的変動。自由競争価格に固有のもの。顕著な価格変動は米穀市場の重要な性質。

米穀市場は空間的に広く散在。市場の規模を大きくし、全国化。鉄道の発達による。同一商品の同一等級の価格の迅速な水平化。他の条件が等しいならば、市場範囲を単に一の価格しか成立し得ない範囲とすれば、市場の状態を完全性があるとすれば、米穀の市場は、完全性からの乖離は大きい。不完全性を含み、独占的なる部分市場が存在。市場内部の不完全性を強調しなければならない事態が存在。

生産者の供給の特質は、不均衡な発展過程。市場を完全にする資格を欠く。市場の大規模化は、最初の小さき供給者と不均衡。生産者たる農民にとって市場が全く存在せず。農民は庭先で商人に売り払う、それがすべて。市場よりの疎遠と命名することが可能。

#### 4 流通過程の独立担当者

最初の供給者と最後の消費者以外の何者かによって行なわれる多くの機能が存在。商人的商業として成立。自由市場は、商人的商業を伴って成立。米麦流通過程の独立担当者として存在する。

- ① 生産物を商品に転化するのは商人、「商人によって始めて商品となる」。一般の資本主義生産のように生産された商品の内発的運動によって商業が成立するのと、性質を異にする。流通過程は生産過程の付属物でない。産地商人が（需要を発見し、又は創造し、市場の見通しを与え、新たに開拓する）機能を独立して自己の危険負担で行なう。

季節的集中の結果市場の「だぶつき米」の存在が、商人的商業が成立する根拠。米穀供給の季節性と最終需要の恒常性が商人を成立させた。同時に、商人は肥料商人で雑貨商人。

- ② 商人機構は、産地における収集組織と消費地の配給組織の二つに大別され、それぞれ産地問屋、消費地卸売問屋が中心。産地仲買人によって買い出される。「坪買」。移出問屋を経由して消費地の問屋へ。正米商によって消費地へ移送。正米問屋を通じて小売商、それから消費者へ、全流過程が終焉。各段階の価格差が、契機。取引所機能に触れないが、大規模な組織が直接の供給者と離れて存在。米穀商は多くの構成員から成る。

## 5 農村に於ける商人的商業の本質

「高価に売るため廉価に買う」。米穀の流過程の商業機能は、商人機構が担当。収益の源泉、買値と売値との差額。農村の商人的商業は、生産過程の上に君臨。

- ① 農村の商人的商業は、「必要な悪」に類する。「商人的商業の目的は、群小主体の自由競争的供給の上に、主体の経済的資格の不完全性の上に、市場内容の不純性、不完全性の上に、而して市場価格の構成の季節的変動と短期的変動の激しき上に依拠しつつ、米穀所有の人的移動を行ひ之に伴う買値と売値との差額を可及的大ならしめる」。
- ② 米の相場は商人のみに関すること、農民は「米の値段を知らざる良き百姓」である間に、無意識の間に市場に引き入れられる。狭い範囲を出ない農民と広範囲の相場に通曉した商人が売り手、買い手として相対。価格の場所的・時間的な差額の存在。投機的な商品の人的所有移動を可能にした。不平等取引は、生産者の経済的逼迫性に拠る。米穀商は肥料商、農具商を兼ねて営む三位一体的活動。青田売買の例。商人的商業の本質を理解すべき。

商人的需要は、短期的変動を前提。投機は不安定の愛子、創造の母。安定価格は、商人の重要部分を奪う。米価の季節的変動は、長期的な利得の源泉を提供。

## 第2章 自治的販売機構

「米穀経済の態様、並びにこれを基底として其の上に蟠踞する商人的商業組織、この両者の上述の如き意味に於ける結合の環は、之に何等かの変革を与えることなくして破ることを得ないような強き慣性を持っている」。

この慣性は、個々の供給主体の力を超えた存在。流過程の合理化を行なうこ

とによって所得を増大する方向に農家の関心が向けられた。流通過程に自ら乗り出す。それへの国家の指導と援助が大きな役割を果たした。「自己の生産物を自らの手で」販売に向けた運動が産業組合を通じて引き起された。農業恐慌に対処するため、産業組合拡充五カ年計画の一環、農村経済更正運動の一部門を構成。農産物の流通過程に進出し、「波濤」を荒立てた。米穀販売組合が主要な役割を担う。スローガン「流通過程の自治化」がこれを表す。米穀販売組合の発展過程と生産者商業の本質を示す。

## 1 新興出荷主体・販売組合

- ① なぜ、商人機構への挑戦者は、販売組合か。農会による協同出荷は、米穀商人と密接な関係。商人機構と共存。変革するインセンティブを欠く。改革者としての販売組合が唯一の担当者。

販売組合の販売事業の中で、米穀は重要な地位。昭和に入って10年間のうち2700組合増加。総販売額の36%。取扱販売組合数は、5761組合、総数の半分以上。睡眠組合の存在。販売組合に甚だしい。米穀を中心に発達。課題は、内的拡充、事業活動量の発展。商人的な危険に墮するおそれ。農業倉庫。産業組合がこれを自治的機構の組み入れ、流通過程を担当する機能拡充。産業組合経営に統一。

全米穀流通経済における地位は支配的であると見なし難い。販売組合の米穀販売シ12.3%（八年度）。単位組合の集荷量増大が課題。

## 2 連合形態・系統化

自治的販売機構の中心的課題→系統機関の整備。

- ① 連合形態は、行政区画たる県を単位として成立。八年度の販売組合連合会、101、うち米穀の販売を取り扱うもの、約半分。十年末115、十一年末147。中には、別個に中央の需要地に販売所を設置。昭和6年、自治的機構の中央機関として全販連が設立さる、米穀を中心に発展。
- ② 米の全流通過程において占める地位の過大評価は、許されない。全国主要都市の出回り量のうち18%に過ぎない。商人機構の優位を物語る（産地商人は51%を占める）。商人機構が攪乱を受けることなしに巖存。「全販連」の販売先の八割が問屋。「生産者より消費者」は抽象的希望に止まる。

### 3 協同組合による生産者商業の本質

新興出荷主体の業務の性質を考える。商行為を行う意味で、その性質は、商人的商業と変るところがない。代わって、生産者自らが商行為を営むこと、協同組合的機構を通じて行なわれることがいかなる意味を持つか。

- ① 商業的活動と生産的活動との密接な結合が不可欠。生産の続行に必要な条件が商業的活動に反映することが必要。生産者商業の本質は商業乃至配給過程そのものの本来的存在理由を実現しようとするところにある。商人的商業の本質はこれと対照的な点にある。生産は被利用的付属物となる。非合理的なものの改善があったとしても、販売組合によって生産者商業が現れたことによる牽制力による追従である。
- ② 生産者商業が行なわれることが、資本主義の原則。協同組合的商業の内面的性質に着目。系統組合がないため組合発達は畸形児。組合商業は特定人格のための商業。特定地域性を具備。特定性を本質とする。
- ③ 系統機関への移行段階では、地域的特定性よりも協同の要素が組合機構の紐帯として強調される。特に販売組合は、「非協同組合的要素」を含むので協同利益の獲得を意識すべき。生産者組合商業における協同とは何か。均質的に協同利益を得ること。完全な無条件委託と年単位の共同計算制の実施。組合員は同一の意志の下商行為をする。統一され取扱いが大量となる。1年を通じて、同一銘柄、同一等級は同じ価格を受け取る。組合員各自がその生産物に当って、その時期、価格、取引先等の諸条件に就き全く無意志の状態にあることを示す。真に協同の状態、これが生産者商業の内面的本質。

### 4 自治的販売機構の任務

従来の米穀流通機構への新たな攪乱者である自治的販売機構の現実の過程における任務。漸次的浸透の過程が協同組合的要素にも云い得る。協同組合の現に営むことは本質でなく適応形態である。

- ① 市場関係の内面的構造を供給者の側からの変革によって攪乱し、自己の側から否定しようとするもの。

出荷主体数の制限。供給の自由競争の制限することを意味する。自由競争の制限が、米穀の価格に影響する段階はより遙かに遠い事柄。供給単位

の拡大は、交換を正常な状態で行なうのに役立つ。市場においてより有利な地位に立たせる。販売過程を合理化する基礎となる。合理化の過程は、商人的商業機構に固着する多くの非合理性の排除を通して「商業利潤」の源泉を枯渇させること。初めは、流通過程の合理化が主要目的。

窮迫的販売の是正、季節的変動の是正は課題。平均賣の標語。価格の季節的変動に働きかける。供給の平準化。投機の余地を減少させる。だぶつき米の排除し、商人的商業の依拠する根拠をなくする。

- ② 系統機関。流通段階数の縮小、流通過程の合理化。各産地の米作農家が、個々別々に地方商人に対していた状態から、其の組織する組合が代わって直接に地方の移出問屋に対する状態へ、更にまたその結合によって成立する各産地の連合形態が、代わって直接に消費地の問屋に対する状態へ、更にその結合によって成立する全国的連合形態が、直接消費地に存在するに至るといふ状態へ、と数段の発展の過程を辿ることによって、生産者商業はその系統機構を充実しその目的を達しうる。劣勢産業従事者たる農民をして資本主義的市場に適応させる手段とする。米穀の市場構造が出荷主体の弱小であることに比べ不均衡に大きいことを考えれば自治的機構の役割は重大。

自治的機構に望まれている任務はこれだけでなく、自由競争価格を揚棄し、独占的価格を実現する運動に実質的担当者として任務を販売組合系統機関に負わせる。「農産物の価格決定権を農民の手に」という言葉に標語以上の意義を持たせる。

米穀の自由競争価格は国によってある程度統制。これを次第に組合に移行しようとする傾向がある。

最も重要なことは、組合が農業生産自身の上に直接の指揮指導を与え得ることが非常に薄弱であること。

### 第3章 商業の合理的過程

#### 1 緒言

商人的機構に依って担当されていた米穀の流通過程に、本質的に全く異なる生産者機構が併存、競争。米穀商業の合理化の過程。排除的に発展。米穀商業

の合理化。合理化の過程は、経済的原則に従って競争を通じてのみ遂行される。

## 2 市場の変革

商業の合理化過程は、商人の活動も市場の合理化を高める可能性を持つ。生産者自らの運動を待たずして市場を変革、商業機構の合理化の力となる。

- ① 商人的商業は経済的に非合理的な諸要素の残存の上に立つ。供給の自給性、窮迫性、季節性は米穀出荷主体そのものの性質であるであるので、容易には外から変革することはできない。在来の商人は、非合理的なものの存続を希望していた。自治的統制の意義、彼等が支配する段階が広まり、高まること。商人的商業によって、流通過程は内発的に合理化されることはない。
- ② 米穀経済の外的与件の変動とその商業過程の合理化。産地問屋の衰退傾向。中央市場の問屋の手代的地位となる。

## 3 販売組合による合理化

経済的競争の態様をもって行なわれる。組合と商人の競争は、産地における集荷競争において顕著。

- ① 産地の組合・連合会は集荷に関連してあらゆる方法をとる。買取りの問題。商人的商業と変わるところなしと批難。しかし、組合も現金をもって農民を誘わざるを得ない。重要な手段価値がある。商人的機構に対抗して効果的に集荷を行なうには多くの困難。やむを得ざる集荷に有利な方法とらざるを得ない。商人と変わるところがないが、商人的商業機構をめぐる非合理性から解放される。
- ② 自治的機構の本質は、全体として共通の目的を有する一の統一された一単位となることが要求される。しかし、内部組織はそれぞれ各段階が独立した経済主体によって成る。責任出荷制。一つの出荷強制。
- ③ 国家その他が自治的販売機構に与える援助を見逃してはならない。反産運動の攻撃目標はこの点に集中。一方、商業的不自由の下に置かれ、商人のように自己の利益本意に行動できない。このようなのはハンディ・キャップがあることを忘れてはいけない。
- ④ 現実の競争過程において、それが果たしている諸効果を忘れてはならない。ひとへに組合いの手取り単価の高値が指摘されてきた。しかし、逆の場合

もある。常に高値をもたらすことは理論的に証明されない。このような効果を期待することは正当でない。従来商人のみが恣意に買い出ししていた地域に新たに販売組合の活動が起動するとき、商人の従来の地方的、狭地域的、独占的地位を侵し、之に対して牽制的作用を行なう。構成員に正しき米価を認識させ、合理的な価格で引き受けることによって、商人の非合理的な買い叩き、買い倒しに対して牽制力を及ぼす。

従来の商人的なる市場の構成の中に入り込み、これと合理的競争をすることによって米穀の流通過程に残存する非合理性を直接、間接的に排除して、商品経済的に純粋な市場に導く。

#### 4 独占的競争の台頭

これまで論じてきたことはやや不足しており、むしろ流通過程に伝統的に残留していた経済的非合理的なものの掃蕩問題のみに主眼を置いてきた。自由競争の制約・止揚問題の一層深い意義を探求しなければならない。

① これまで、米穀という商品の内的分化 (commodity differentiation) に触れなかった。銘柄、等級制の具体的事実に当面するならば、同じ米穀と言っても、異質性の存在を認めざるを得ない。流通過程の現実にあって、分化、異質性は意義を持つ。

銘柄米は気候、風土等の諸生産条件を同じくする一地域内において産出される米穀の市場向き商品としての特徴を表示するもので、同一銘柄地域内の販売者は利害関係者である。彼等は、その産米の販売に当って他の米穀に対するその異質性を強調するため、米穀の流通過程においてそれぞれ一ブロックを形成する。意識的競争関係となって現われ始めたのは最近のことである。独占的意味を保持していた古き銘柄意外に新たに各産地に多くの銘柄が人為的に創られブロック的性質を強化する。各銘柄地域は排他的な経済単位を形成。産米改良協会の活動に明瞭に現われる。販売宣伝費によって、商品の異質性を強調、需要を増大、創造しようとする。

多少の程度分化した側面を持つ限り独占的な側面を具備するに至る。販売費が投入されている事実は、積極的に意識的に相互に販売競争していることを意味する。自由競争と独占の両側面が同じに融合して存在する独占的競争の概念を髣髴させる。自由競争の場合に比べ、意識的競争の単位は

(直ちに市場供給単位でない) 遙かに少数。広告が、米穀のような日常的大衆的需要品について、自由競争の状態から独占的競争にまで進行したのを意味する。

- ② 当面の課題。商業の合理化過程にあつて新興機構の活躍の地盤である流通過程は意識的競争を府県間の横の面を含む。府県単位を超えて都市の消費市場に出ると横の競争となる。府県単位の連合会は、意識的競争単位たる性質を帯びる、供給主体数の制限、単位供給量の拡大等は、独占的競争の条件を提供を含む。府県単位の連合会は、販売の意識的競争の単位たる性質を帯びる。供給主体の制限、単位供給量の拡大は、独占的競争の量的条件を提供し、連合会一層大規模化する。産地の県連は、その目的から見て、他県の産米と販売競争を行なう立場に立たざるを得ない。農業政策が、府県を単位とする考え方にとらわれているため、府県は他府県を意識的な競争相手する傾向が強くなった。

府県中心のマーカンチズムという状態が存在する。

- ③ この販売競争が生産者に及ぼす影響。販売競争が激烈になると、多収穫、品質良好で高価に売却可能な米を栽培しようとする。生産者の上に覆いかぶさっている流通過程を生産過程の附属物たる地位に置こうとする。いたずらに販売競争にのみ集中するならば、従来の商人機構と変わるところがない。生産者たる農民と遊離した流通機構を再現することになる。

## 5 中央機関「全販連」と米価統制

自治的販売統制機構に課せられた価格統制の問題を論じる。全国の供給者が一体として組織化が必要で、中央機関が重大な役割を持たねばならない。

- ① 昭和7年以降の産業組合拡充五カ年計画のとおり全国管外移出米の過半を扱っても、価格に対してイニシアティブを持つかどうか。取扱いの量的増加はそれ自体無条件に供給者側の統制力の強化（自由競争の制限）を意味するか。

「全販連」取扱量の9割は条件付き委託。価格統制の域から遙かに遠し。各県連の共同販売斡旋所としての性格を持ち、上位の経済主体としての機能を果たすことは少ない。価格を有利に導くためには、県単位の競争は、放棄しなければならない。需要者に対して、それぞれ競争者として現われ

る。各産地が販売において有する個性のため、系統機関を利用することを阻止する。

各産地の独占的競争は、米穀が過剰の時、特に著しい。一旦、過剰になると販売競争は激烈となる。無条件委託制の徹底が必要。

- ② 供給の恒常化のためには、全組合員が一定期間について同一銘柄、等級の同一量につき同一の受け取り価格うることが必要で、共同計算制の徹底が必要。
- ③ 商業の合理化過程が行なわれているのは、産地の収集についてのみである。現実に大消費地に成立する自由競争価格に対しては直接影響を持ち得る程度には至っていない。それは、依然として自己の力を超越するものである。

## 第4章 略